

ESCAPARATISMO EN TIENDAS DE ROPA, CALZADO Y COMPLEMENTOS



Área: Escaparatismo
Modalidad: Teleformación
Duración: 30 h
Precio: Consultar

[Curso Bonificable](#)
[Contactar](#)
[Recomendar](#)
[Matricularme](#)

OBJETIVOS

La elaboración del presente curso se basa en la profunda experiencia de profesionales del sector con amplia experiencia, así como en el conocimiento que poseen de las necesidades de los alumnos. En su diseño también han participado expertos del sector de la formación por lo que se incorpora al presente curso un método motivante que garantiza el éxito de la formación impartida aplicando técnicas eminentemente prácticas. Se estructura distribuyendo sus contenidos en capítulos, temas y apartados, además de contener un importante número de aplicaciones prácticas y cuestiones.

CONTENIDOS

1 Principios básicos del escaparatismo 1.1 Introducción 1.2 Aspectos generales en la elaboración de un escaparate 1.3 Principios básicos en el montaje de un escaparate 1.4 Características fundamentales que debe reunir un escaparate 1.5 Principios de composición 1.6 Ejercicio de reflexión 1.7 Cuestionario: Principios básicos de escaparatismo 2 Objetivos Comerciales del Escaparate 2.1 Introducción 2.2 Misión del escaparate 2.3 Finalidad del escaparate 2.4 Ejercicio de reflexión 2.5 Cuestionario: Objetivos comerciales del escaparate 3 Historia del Escaparatismo 3.1 Definición y clasificación de necesidad 3.2 Orígenes 3.3 El pasado del escaparatismo 3.4 El presente del escaparatismo 3.5 Cuestionario: Historia del escaparatismo 4 La percepción sensitiva 4.1 El modelo de la comunicación 4.2 Mensaje que debe transmitir el escaparate 4.3 El principio del umbral de percepción diferencial 4.4 El proceso de percepción 4.5 Introducción a la percepción sensitiva 4.6 Cómo captar la atención 4.7 Ejercicio de reflexión 4.8 Cuestionario: La percepción sensitiva 5 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta 5.1 Principios básicos de la comunicación en el punto de venta 5.2 Situación dinámica y estática del cliente 5.3 Publicidad en el lugar de venta 5.4 Puntos fríos y calientes 5.5 Distribución de la mercancía 5.6 Cuestionario: Principios básicos de la comunicación en el punto de venta 6 Comunicación y escaparatismo 6.1 Definición de escaparate 6.2 Definición de escaparata 6.3 Principios de percepción visual en escaparatismo 6.4 Ejercicio de reflexión 6.5 Cuestionario: Comunicación y escaparatismo 7 Elementos que intervienen en la animación de un escaparate 7.1 Elementos de ambientación 7.2 Revestimientos 7.3 Soportes 7.4 Perchas y exhibidores 7.5 Maniqués, módulos, banderas y fondos 7.6 Displays 7.7 Fantasías, demos y platós 7.8 Señalizadores, captadores y carteleras 7.9 Ejercicio de reflexión 7.10 Cuestionario: Elementos que intervienen en la animación de un escaparate 8 Rotulación y serigrafía 8.1 Rotulación y serigrafía 8.2 La rotulación como imagen 8.3 Sistemas para rotular 8.4 Características y técnicas de la rotulación 8.5 Etiquetas 8.6 Anagramas y logotipos 8.7 Ejercicio de reflexión 8.8 Cuestionario: Rotulación y serigrafía 9 Localización exterior 9.1 La fachada 9.2 El toldo 9.3 La marquesina 9.4 El nombre del establecimiento 9.5 La acera como elemento publicitario 9.6 El hall de la tienda 9.7 El cierre y la puerta 9.8 Ejercicio de reflexión 9.9 Cuestionario: Localización exterior 10 Adecuación de la imagen del escaparate 10.1 Fases de análisis 10.2 Ámbito de influencia y público objetivo 10.3 Escaparatismo y competencia 10.4 Escaparatismo y segmentación del público objetivo 10.5 Ejercicio de reflexión 10.6 Cuestionario: Adecuación de la imagen del escaparate 11 Escaparatismo - presupuesto y programación 11.1 Introducción 11.2 Partidas presupuestarias 11.3 Métodos para presupuestar 11.4 Programa de exposición de productos 11.5 Ejercicio de reflexión 11.6 Cuestionario: Escaparatismo, presupuesto y programación 12 Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate 12.1 Líneas, volúmenes y superficies 12.2 Planificación - La idea 12.3 Planificación - El dibujo y el plano 12.4 Planificación - Montaje y decorado 12.5 Objetivos funcionales del montaje de un escaparate 12.6 Principios de utilización y reutilización 12.7 Principios de montaje del escaparate 12.8 Medios - Elementos estructurales y herramientas de trabajo 12.9 Medios - Elementos de fijación 12.10 Medios -

Pinturas 12.11 Medios - Ceras, betún, colas y telas 12.12 Cronograma del escaparate I 12.13 Cronograma del escaparate II 12.14 Ejercicio de reflexión 12.15 Cuestionario: Principios básicos para el diseño y montaje de un escaparate 13 Ratios de control y stands 13.1 Ratios de control 13.2 Indicadores de atracción, convicción y efectividad 13.3 Técnicas para elaborar ratios de control 13.4 El stand 13.5 Ejercicio de reflexión 13.6 Cuestionario: Ratios de control y stands 14 El color 14.1 Introducción al color 14.2 La percepción del color 14.3 Cualidades del color 14.4 Clasificación de los colores 14.5 Armonía y contraste 14.6 La psicología del color 14.7 Criterios de selección de colores 14.8 Ejercicio de reflexión 14.9 Cuestionario: El color 15 La iluminación 15.1 La iluminación 15.2 Lámparas, sistemas y accesorios de iluminación 15.3 Aplicación de luz a un local 15.4 Sombras y color 15.5 Ejercicio de reflexión 15.6 Cuestionario: La iluminación 16 Tipos de clasificaciones 16.1 Escaparates según su ubicación 16.2 Escaparates según su estructura 16.3 Escaparates según su presentación 16.4 Escaparates según su función 16.5 Escaparates según su producto 16.6 Escaparates según su género 16.7 Ejercicio de reflexión 16.8 Cuestionario: Tipos de clasificaciones 17 El escaparate en tiendas de ropa, calzado y complementos 17.1 El escaparate en tiendas de ropa de confección 17.2 El escaparate en tiendas de ropa interior 17.3 El escaparate en tiendas de calzado 17.4 El escaparate en tiendas de complementos 17.5 Ejercicio de reflexión 17.6 Cuestionario: El escaparate en tiendas de ropa, calzado y complementos 17.7 Cuestionario: Cuestionario final